

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 2, March 2025, P. 434-438
 E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.15033930)
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15033930>

Dinamika Konsumsi dan Inflasi Dalam Tren Ekonomi di Bulan Ramadhan

Imron¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al-Khairiyah Cilegon

Email: sm.imron@gmail.com

Abstract

This paper explains the dynamics of consumption and inflation in economic trends during the month of Ramadan. The month of Ramadan significantly influences consumption patterns and inflation rates. The surge in demand for essential goods, food, and other consumer products often leads to significant price increases. This study aims to analyze the dynamics of consumption and inflation during Ramadan and the efforts to control them. Using a qualitative approach, this research examines consumption trends, the impact of inflation on purchasing power, and strategies to maintain economic stability. The findings indicate that increased consumption, when not matched by adequate supply, contributes to higher inflation, particularly in the food sector. Moreover, the "Ramadan Effect" suggests that inflation can persist beyond the month of Ramadan, affecting the purchasing power of low-income groups. To address this issue, market intervention policies, supply chain strengthening, and public awareness campaigns on responsible consumption should be implemented to maintain economic balance and prevent prolonged inflationary effects.

Keywords: Consumption, Inflation, Ramadan, Economic Trends

Abstrak

Tulisan ini menjelaskan tentang dinamika konsumsi dan inflasi dalam tren ekonomi di bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan menjadi momen yang secara signifikan memengaruhi pola konsumsi masyarakat dan tingkat inflasi. Lonjakan permintaan terhadap kebutuhan pokok, makanan, dan barang konsumsi lainnya sering kali menyebabkan kenaikan harga yang signifikan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dinamika konsumsi dan inflasi selama Ramadhan serta upaya pengendaliannya. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji tren konsumsi, dampak inflasi terhadap daya beli masyarakat, serta strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga stabilitas ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi yang tidak diimbangi dengan pasokan yang memadai berkontribusi terhadap inflasi yang lebih tinggi, terutama di sektor pangan. Selain itu, fenomena "Ramadhan Effect" mengindikasikan bahwa inflasi dapat bertahan hingga setelah bulan Ramadhan, memengaruhi daya beli kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Untuk mengatasi hal ini, kebijakan intervensi pasar, penguatan distribusi barang, serta edukasi konsumsi yang bijak perlu diterapkan guna menjaga keseimbangan ekonomi dan mencegah dampak inflasi yang berkepanjangan.

Kata Kunci: Konsumsi, Inflasi, Ramadhan, Tren Ekonomi

Article Info

Received date: 09 March 2025

Revised date: 12 March 2025

Accepted date: 16 March 2025

PENDAHULUAN

Bulan Ramadhan merupakan periode penting bagi umat Muslim di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Selain memiliki makna religius yang mendalam, Ramadhan juga membawa dampak signifikan terhadap dinamika ekonomi, khususnya dalam aspek konsumsi dan inflasi. Selama Ramadhan, pola konsumsi masyarakat cenderung mengalami perubahan yang mencolok, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat inflasi nasional.

Data empiris menunjukkan bahwa selama Ramadhan, terjadi peningkatan konsumsi rumah tangga yang signifikan, terutama pada bahan pangan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada bulan Ramadhan terjadi peningkatan konsumsi rumah tangga yang disertai dengan perubahan harga yang lebih mencolok, terutama bahan pangan. Akibatnya, harga pangan di Indonesia menjadi naik selama Ramadhan berlangsung (BPS, 2023).

Berdasarkan survei global oleh TGM Research pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa mayoritas umat Muslim meningkatkan pengeluaran mereka selama Ramadhan, dengan fokus pada kebutuhan pangan dan barang konsumtif lainnya (TGM Research, 2023).

Selain itu, laporan dari Tirto.id mengungkapkan bahwa peningkatan konsumsi selama Ramadhan tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di negara-negara lain dengan mayoritas penduduk Muslim.

Survei *online* yang digelar TGM *Research* menunjukkan bahwa pada Ramadhan tahun tersebut, mayoritas penduduk Muslim (56%) berniat melipatgandakan pengeluaran (Tirto, 2023).

Lebih lanjut, laporan Indonesia.go.id menyoroti bahwa inflasi pangan yang tidak terkendali dapat mengganggu konsumsi sekunder dan tersier masyarakat selama Ramadhan dan Idulfitri. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi selama Ramadhan memiliki dampak langsung terhadap inflasi (Indonesia.go.id, 2024).

Dalam konteks ekonomi, teori Keynesian memberikan pemahaman mengenai hubungan antara konsumsi dan inflasi. Menurut teori ini, inflasi terjadi ketika permintaan agregat dalam suatu perekonomian melebihi penawaran agregat pada tingkat harga penuh kesempatan kerja. Selama Ramadhan, peningkatan konsumsi masyarakat dapat meningkatkan permintaan agregat, yang pada gilirannya dapat memicu inflasi (Ilmu Ekonomi ID, 2019).

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Keynesian, yang menyatakan bahwa peningkatan konsumsi dalam skala besar dapat menyebabkan peningkatan permintaan agregat, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap inflasi. Dalam konteks Ramadhan, lonjakan konsumsi yang tidak diimbangi dengan suplai yang cukup akan memicu kenaikan harga. Selain itu, Teori Inflasi *Cost-Push* juga relevan dalam menjelaskan bagaimana biaya produksi dan distribusi yang meningkat akibat lonjakan permintaan dapat menyebabkan harga barang dan jasa semakin naik (Mankiw, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika konsumsi dan inflasi selama bulan Ramadhan. Pendekatan ini digunakan karena fenomena yang dikaji berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat dan dampaknya terhadap inflasi, yang lebih tepat dianalisis secara eksploratif daripada kuantitatif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Laporan Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia (BI), dan lembaga penelitian ekonomi yang mempublikasikan data mengenai konsumsi dan inflasi selama bulan Ramadhan. Serta Jurnal ilmiah yang membahas hubungan antara konsumsi masyarakat dan inflasi selama Ramadhan dan juga Sumber media terpercaya seperti Tirto.id, Kompas, dan Indonesia.go.id, yang memberikan gambaran tren ekonomi selama Ramadhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Konsumsi dan Inflasi

Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi di mana individu atau kelompok menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam teori ekonomi, konsumsi memiliki peran penting dalam menentukan tingkat permintaan agregat dalam suatu perekonomian (Mankiw, 2021). Konsumsi dapat dibedakan menjadi konsumsi primer (makanan, pakaian, dan kebutuhan dasar lainnya) serta konsumsi sekunder dan tersier (hiburan, transportasi, dan barang mewah).

Sementara itu, inflasi didefinisikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dalam jangka waktu tertentu. Inflasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk *Demand-Pull Inflation* dan *Cost-Push Inflation*. *Demand-Pull Inflation* terjadi ketika permintaan barang dan jasa meningkat lebih cepat daripada ketersediaan pasokan, yang menyebabkan harga naik. Sebaliknya, *Cost-Push Inflation* terjadi ketika biaya produksi meningkat, seperti kenaikan harga bahan baku atau biaya distribusi, yang kemudian membebankan harga lebih tinggi kepada konsumen (Blanchard, 2022).

Inflasi yang terjadi akibat lonjakan konsumsi sering kali diperparah oleh faktor psikologis dan ekspektasi masyarakat. Teori ekspektasi adaptif menjelaskan bahwa masyarakat cenderung meningkatkan konsumsi dan menimbun barang dengan asumsi harga akan terus naik selama periode tertentu (Blanchard, 2022). Fenomena ini menyebabkan *self-fulfilling inflation*, di mana spekulasi harga yang tinggi mendorong kenaikan harga yang lebih besar dari yang seharusnya. Menurut Bank Dunia (2023) menunjukkan bahwa inflasi di negara-negara berkembang cenderung meningkat lebih tajam selama periode perayaan keagamaan, terutama Ramadhan, karena adanya kombinasi antara kenaikan permintaan dan ekspektasi kenaikan harga dari pedagang serta konsumen.

Dalam konteks Ramadhan, peningkatan konsumsi yang drastis dapat memicu inflasi dengan mendorong kenaikan harga barang, terutama bahan pangan dan transportasi. Lonjakan permintaan yang tidak diimbangi oleh peningkatan pasokan akan menyebabkan harga-harga melambung, yang akhirnya berdampak pada daya beli masyarakat.

2. Tren Konsumsi Selama Bulan Ramadhan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama bulan Ramadhan terjadi lonjakan konsumsi yang signifikan, terutama dalam sektor pangan, sandang, dan hiburan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) mengungkapkan bahwa pengeluaran rumah tangga meningkat hingga 20-30% dibandingkan bulan biasa.

Faktor utama yang mempengaruhi peningkatan konsumsi selama Ramadhan antara lain yaitu: 1) Tradisi berbuka puasa bersama yang mendorong masyarakat untuk membeli makanan dalam jumlah lebih besar. 2) Peningkatan permintaan bahan pokok, seperti beras, daging, telur, dan minyak goreng. 3) Pola belanja yang lebih konsumtif menjelang Idul Fitri, termasuk pembelian pakaian, elektronik, dan perlengkapan rumah tangga. 4) Adanya diskon dan promosi besar-besaran dari berbagai ritel, yang mendorong masyarakat untuk berbelanja lebih banyak.

Tren ini juga terlihat dalam studi global yang dilakukan oleh TGM Research (2023), di mana 56% umat Muslim di berbagai negara mengalami peningkatan pengeluaran selama Ramadhan, terutama pada konsumsi makanan, pakaian, dan kegiatan sosial seperti donasi amal.

Menurut Hasan (2022), perilaku konsumsi yang berlebihan selama Ramadhan dapat menyebabkan pemborosan dan menurunkan efisiensi alokasi sumber daya ekonomi. Oleh karena itu, Islam mengajarkan pentingnya konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai kebutuhan agar tidak berdampak negatif terhadap stabilitas ekonomi individu maupun nasional.

Selain peningkatan konsumsi makanan dan kebutuhan pokok, tren konsumsi selama Ramadhan juga dipengaruhi oleh digitalisasi dan perubahan pola belanja masyarakat. Meningkatnya penggunaan *e-commerce* dan layanan pesan antar makanan menjadi fenomena yang semakin terlihat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan TGM Research (2023), transaksi belanja *online* meningkat hingga 40% selama bulan Ramadhan, terutama untuk produk makanan siap saji, pakaian, dan perlengkapan ibadah. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya berorientasi pada kebutuhan dasar, tetapi juga pada kemudahan akses dan efisiensi waktu, sejalan dengan gaya hidup masyarakat modern.

Selain itu, tren konsumsi selama Ramadhan juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis. Studi dari Hasan (2022) menunjukkan bahwa banyak masyarakat cenderung berbelanja lebih banyak selama bulan Ramadhan sebagai bentuk ekspresi kebahagiaan dan persiapan menyambut Idul Fitri. Konsep "*Ramadhan Effect*" dalam ekonomi menjelaskan bahwa peningkatan konsumsi ini bukan hanya karena kebutuhan fisik, tetapi juga didorong oleh aspek emosional, sosial, dan budaya. Kegiatan seperti buka puasa bersama, pemberian hadiah (*hampers*), dan peningkatan sedekah juga berkontribusi terhadap lonjakan konsumsi. Namun, jika tidak dikelola dengan bijak, tren konsumsi ini dapat menyebabkan pemborosan dan meningkatkan tekanan inflasi di sektor-sektor tertentu.

3. Dampak Peningkatan Konsumsi terhadap Inflasi

Lonjakan konsumsi selama Ramadhan berkontribusi terhadap inflasi bulanan yang lebih tinggi dibandingkan periode lainnya. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (BI, 2023), inflasi selama Ramadhan dan Idul Fitri cenderung meningkat, terutama dalam sektor pangan dan transportasi.

Dampak ini dapat dijelaskan melalui dua teori inflasi utama:

- 1) *Demand-Pull Inflation*: Ketika permintaan barang dan jasa meningkat secara tiba-tiba, produsen tidak dapat memenuhi permintaan tersebut dalam waktu singkat, sehingga terjadi kenaikan harga. Misalnya, harga daging sapi dan ayam yang mengalami kenaikan hingga 15-20% selama Ramadhan akibat lonjakan permintaan (BPS, 2023).
- 2) *Cost-Push Inflation*: Kenaikan biaya distribusi dan produksi akibat meningkatnya permintaan juga menjadi pemicu inflasi. Misalnya, harga bahan bakar untuk transportasi yang meningkat karena meningkatnya mobilitas masyarakat menjelang Idul Fitri.

Menurut laporan BPS (2023), selama Ramadhan inflasi bulannya mencapai 0,95%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata inflasi bulanan yang biasanya berada di kisaran 0,3-0,5%.

Selain menyebabkan kenaikan harga barang dan jasa, peningkatan konsumsi selama Ramadhan juga berdampak pada stabilitas ekonomi makro, terutama dalam aspek daya beli masyarakat dan ketimpangan ekonomi. Menurut laporan Bank Indonesia (2023), kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah cenderung merasakan dampak negatif dari inflasi lebih besar dibandingkan kelompok berpenghasilan tinggi. Kenaikan harga bahan pokok seperti beras, minyak goreng, dan gula sering kali membuat daya beli mereka menurun, sehingga pola konsumsi harus disesuaikan dengan keterbatasan anggaran. Masyarakat dengan pendapatan menengah ke atas masih mampu

mempertahankan pola konsumsi yang tinggi, bahkan cenderung mengalami peningkatan belanja selama bulan Ramadhan. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa inflasi selama Ramadhan memiliki dampak yang lebih besar bagi kelompok rentan secara ekonomi.

Selain itu, inflasi yang disebabkan oleh peningkatan konsumsi juga dapat memicu kenaikan suku bunga sebagai respons kebijakan moneter dari bank sentral. Ketika inflasi meningkat, Bank Indonesia biasanya akan menyesuaikan suku bunga untuk mengontrol peredaran uang dan menekan laju inflasi. Namun, kebijakan ini dapat berdampak pada sektor usaha, terutama Usaha Kecil dan Menengah (UKM), yang mengandalkan pinjaman modal untuk operasional mereka. Menurut Blanchard (2022), suku bunga yang lebih tinggi dapat memperlambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi investasi, sehingga dampak inflasi tidak hanya dirasakan pada harga barang, tetapi juga pada sektor produksi dan tenaga kerja.

Inflasi yang meningkat akibat lonjakan konsumsi selama Ramadhan juga berpotensi menciptakan efek domino pada harga-harga di bulan berikutnya, terutama jika pasokan barang belum kembali stabil. Misalnya, harga bahan pokok yang naik selama Ramadhan sering kali masih bertahan tinggi hingga setelah Idul Fitri, karena pedagang dan produsen membutuhkan waktu untuk menyeimbangkan kembali produksi dan distribusi. Fenomena ini disebut sebagai "*Ramadhan Effect*", di mana dampak inflasi tidak hanya terasa selama bulan puasa, tetapi berlanjut hingga beberapa bulan setelahnya. Oleh karena itu, upaya pengendalian harga dan kebijakan stabilisasi perlu dilakukan secara berkelanjutan agar dampak inflasi tidak berkepanjangan dan daya beli masyarakat tetap terjaga.

4. Upaya Pengendalian Inflasi Selama Ramadhan

Dalam mengurangi dampak inflasi akibat lonjakan konsumsi selama Ramadhan, pemerintah dan pelaku ekonomi menerapkan berbagai strategi, antara lain:

- 1) Stabilisasi pasokan bahan pangan, melalui operasi pasar dan distribusi logistik yang lebih efisien.
- 2) Pengawasan harga bahan pokok, dengan penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) pada barang kebutuhan utama.
- 3) Edukasi kepada masyarakat agar lebih bijak dalam mengelola konsumsi selama Ramadhan.

Melalui kebijakan ini, diharapkan dampak inflasi dapat diminimalisir sehingga daya beli masyarakat tetap terjaga.

Pemerintah dan bank sentral memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas harga selama bulan Ramadhan agar dampak inflasi tidak berlebihan. Salah satu strategi utama adalah penguatan kebijakan moneter dan fiskal, seperti intervensi pasar untuk mengendalikan harga bahan pokok. Bank Indonesia sering kali menyesuaikan suku bunga dan mengontrol jumlah uang beredar guna meredam tekanan inflasi. Sementara itu, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dan Bulog melakukan operasi pasar dan distribusi stok pangan, terutama untuk komoditas yang mengalami kenaikan harga signifikan, seperti beras, minyak goreng, dan daging. Langkah ini bertujuan untuk memastikan pasokan tetap stabil dan harga tidak melonjak tajam.

Selain intervensi langsung, penguatan sistem distribusi dan rantai pasok juga menjadi kunci utama dalam pengendalian inflasi. Kenaikan harga sering kali dipicu oleh hambatan dalam distribusi barang, baik akibat keterbatasan stok, kendala logistik, maupun praktik spekulasi harga oleh pedagang. Oleh karena itu, pemerintah perlu memastikan kelancaran distribusi bahan pokok dengan mempercepat proses impor jika diperlukan, serta melakukan pengawasan ketat terhadap rantai pasok domestik. Menurut laporan Bank Dunia (2023), negara-negara yang memiliki sistem logistik efisien cenderung mengalami tekanan inflasi yang lebih rendah selama periode perayaan besar, termasuk Ramadhan.

Edukasi dan kampanye kesadaran masyarakat juga memainkan peran penting dalam mengendalikan inflasi. Perilaku konsumsi berlebihan dan *panic buying* selama Ramadhan sering kali menjadi faktor yang memperparah lonjakan harga. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga keuangan dapat berkolaborasi dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya belanja yang bijak dan sesuai kebutuhan. Kampanye melalui media sosial, ceramah keagamaan, serta promosi gaya hidup hemat selama Ramadhan dapat membantu menekan permintaan yang tidak perlu. Dengan kombinasi kebijakan makroekonomi, optimalisasi distribusi, dan peningkatan kesadaran konsumen, inflasi selama Ramadhan dapat dikendalikan dengan lebih efektif.

SIMPULAN

Dinamika konsumsi selama bulan Ramadhan menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama dalam kebutuhan pokok dan belanja konsumtif lainnya. Lonjakan permintaan ini sering kali memicu inflasi, terutama pada sektor pangan dan barang konsumsi rumah tangga. Faktor psikologis, budaya, serta ekspektasi kenaikan harga turut memperburuk kondisi ini, menyebabkan daya beli masyarakat, terutama kelompok berpenghasilan rendah, semakin tertekan. Jika tidak dikendalikan, inflasi akibat peningkatan konsumsi ini dapat bertahan hingga setelah Ramadhan, menciptakan "Ramadhan Effect" yang berdampak pada stabilitas ekonomi.

Dalam mengatasi fenomena ini, diperlukan upaya pengendalian inflasi yang efektif melalui intervensi kebijakan moneter dan fiskal, penguatan distribusi pasokan, serta edukasi konsumsi yang bijak kepada masyarakat. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memastikan ketersediaan barang, mengawasi distribusi, serta mengedukasi masyarakat agar menghindari konsumsi berlebihan. Dengan langkah-langkah yang tepat, dampak negatif inflasi selama Ramadhan dapat diminimalkan, sehingga keseimbangan ekonomi tetap terjaga dan daya beli masyarakat tidak terganggu.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kontribusi Komoditas Pertanian pada Inflasi di Masa Ramadhan*. <https://bigdata.bps.go.id/projects/datain/37/download>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Laporan Inflasi Bulanan: Dampak Ramadhan dan Idul Fitri terhadap Harga Barang Konsumsi*. Diakses dari <https://bigdata.bps.go.id/projects/datain/37/download>
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Kebijakan Moneter: Stabilitas Harga dan Inflasi Bulanan*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/default.aspx>
- Bank Dunia. (2023). *Global Economic Prospects: The Impact of Festive Periods on Inflation in Emerging Markets*. Diakses dari <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
- Blanchard, O. (2022). *Macroeconomics* (8th ed.). Pearson.
- Hasan, M. (2022). *Islamic Consumerism: Balancing Needs and Ethical Spending during Festive Seasons*. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 10(2), 45-63. Diakses dari <https://journals.iium.edu.my/enmjurnal/index.php/enm>
- Ilmu Ekonomi ID. (2019). *Teori Inflasi: Teori Kuantitas, Teori Keynes, dan Teori Strukturalis*. Diakses dari <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2019/01>
- Indonesia.go.id. (2024). *Momentum Ramadan Pacu Pertumbuhan Ekonomi*. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8074/momentum-ramadan-pacu-pertumbuhan-ekonomi?lang=1&utm>
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- TGM Research. (2023). *Ramadan Global Consumer Study: Insights into Consumer Behavior During the Holy Month*. Diakses dari <https://tgmresearch.com/ramadan-insights-2023-global-study.html>
- Tirto.id. (2023). *Domino Effect Ramadan: Belanja Lebih Longgar, Ciptakan Inflasi*. Diakses dari <https://tirto.id/domino-effect-ramadan-belanja-lebih-longgar-ciptakan-inflasi-gD7h?utm>